Catalogue no. 11-621-MIE — No. 020
ISSN: 1707-0503
ISBN: 0-662-39483-6

Analytical Paper

Analysis in Brief

Sport Utility Vehicles: Driving Change

by Erik Magnusson

Manufacturing, Construction and Energy Division
11th Floor, Jean Talon Building, Ottawa, K1A 0T6

Telephone: 1 800 263-1136

This paper represents the views of the author and does not necessarily reflect the opinions of Statistics Canada.

Statistics Canada Statistique Canada

Canada

Sport Utility Vehicles: Driving Change

Erik Magnusson

Review Committee: Marcelle Dion, John Flanders, Russell Kowaluk and Daniela Ravindra

Special contribution: Ziad Ghanem

Managing Editor: Yvan Gervais

Production: Debi Soucy

February 2005

Catalogue No: 11-621-MIE2005020
ISBN: 0-662-39483-6
ISSN: 1707-0503
Frequency: Irregular

How to obtain more information:
National inquiries line: 1 800 263-1136
E-Mail inquiries: analysisinbrief-analyseenbref@statcan.ca

Published by the authority of the Minister responsible for Statistics Canada
© Minister of Industry 2005
All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from Licence Services, Marketing Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

106-02968/

Sport Utility Vehicles: Driving Change

Erik Magnusson
Manufacturing, Construction and Energy Division

Summary

Drivers appear to love them and manufacturers are responding: there are a lot more sport utility vehicles on the road these days and more of them are being produced in Canada.

In fact, since 1999, SUV production in Canada has increased dramatically, even though overall automotive manufacturing has stalled. During 2004, SUV production surpassed the output of both minivans and pickup trucks in Canada.

For the period of January to September 2004, SUVs accounted for 18% of total light-duty vehicle manufacturing, which assembles passenger cars, vans, minivans, pickup trucks and SUVs. This was nine times the proportion of only 2% just five years earlier.

Through the first nine months of 2004, automotive manufacturers in Canada churned out 350,000 SUVs. This surpassed the total of 331,634 SUVs that they produced in the entire year of 2003.

What it means is that the Canadian automotive industry is benefiting from one of the largest and fastest growing market segments in North America. The nation is also reaping economic benefits, as the motor vehicle industry accounted for nearly 13% of the total manufacturing sales in 2002. Ontario motor vehicle makers alone employed more than 42,000 workers in 2002, or 4.7% of the province's employment in manufacturing.

Despite recent record high prices for crude oil, which began climbing in late 2002, North American consumers have had a big appetite for SUVs which tend to be less economical on gas consumption than passenger cars. Sales reached all-time highs in both Canada and the United States in 2003.

In 2003, US consumers bought 4.5 million SUVs, the equivalent of one SUV for every four vehicles sold. This market has increased by 8.9% a year on average since 1999 when SUVs held 19% of the light-duty vehicle market.

The Canadian market for SUVs has also grown, but sales remain relatively lower than in the United States. In 2003, dealers sold 272,000 SUVs here, which comprised 17% of all light-duty vehicle sales in Canada that year, up from 12% in 1999. Sales were up 10.7% a year on average during this period.

This occurred despite warnings from environmental groups, which claim that sport utility vehicles guzzle more gas and pollute more than cars.

Sales in the United States remained strong in 2004 in spite of continued increases in gasoline prices. During the first nine months of the year, sales of light trucks jumped 4.3% in the United States compared to the same period in 2003. A little more than half of light trucks sold in this market are SUVs. But in Canada, SUV sales have declined 7.3%, as overall automotive sales slumped.

This study examines production and sales trends in Automotive and Light-Duty Motor Vehicle Manufacturing in Canada and the United States from 1999 to 2004. It focuses on production and sales of sport utility vehicles.

Definitions

Motor Vehicle Manufacturing (NAICS 3361) includes Automobile and Light-Duty Motor Vehicle Manufacturing (NAICS 33611) and Heavy-Duty Truck Manufacturing (NAICS 33612).

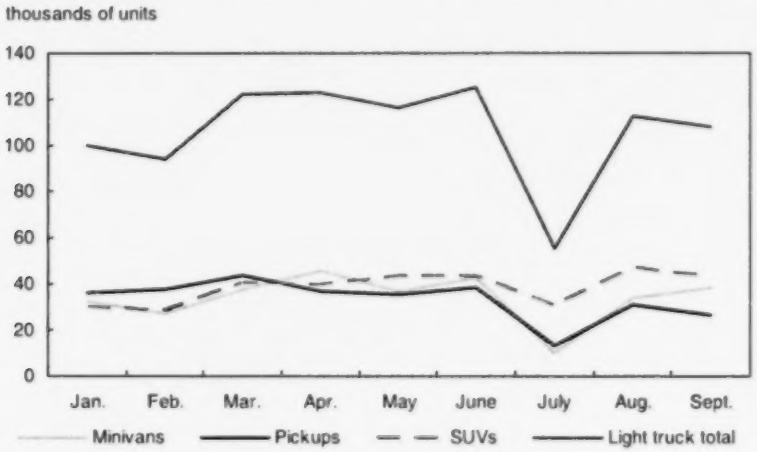
Light-duty vehicle manufacturing—Automobile and Light-Duty Motor Vehicle Manufacturing (NAICS 33611)—comprises establishments primarily engaged in manufacturing passenger cars and light trucks. The light truck category includes vans, minivans, pickup trucks and sport utility vehicles.

SUVs outpace minivans, pickups

Beginning in May 2004, SUVs surpassed minivans and pickup trucks to become the largest segment of light truck production. Sport utility vehicles now comprise a much larger share of Canadian light-duty vehicle manufacturing. Over the first nine months of 2004, SUVs accounted for almost 18% of this manufacturing production, compared with just over 2% in 1999.

SUV production amounted to 66,000 vehicles in 1999. Production exploded to more than 350,000 vehicles during the first nine months of 2004.[1] January-to-September SUV production has already surpassed 2003 year end totals (331,634), making 2004 the top year ever for SUV production.

Canadian light truck production by segment, January to September 2004



Source: *DesRosiers Automotive Consultants, 2004,* DesRosiers Automotive Reports, *Vol. 18, No. 1-20, Richmond Hill: Dennis DesRosiers.*

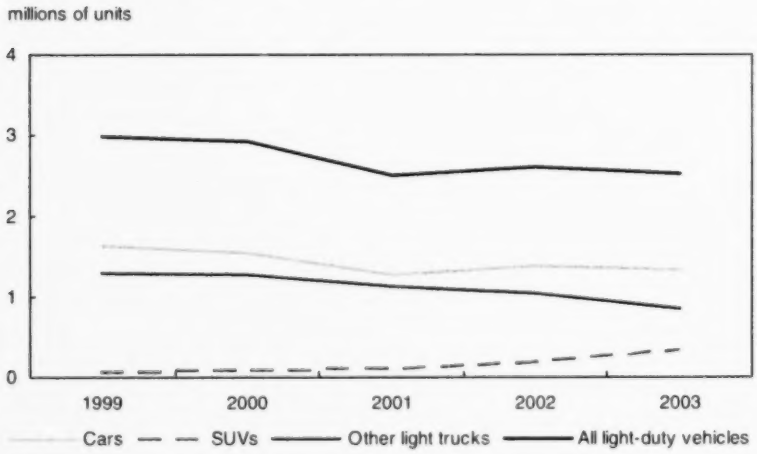
1. 2004 year-to-date totals may be revised by DesRosiers Automotive Reports. The numbers presented here are the sum of published monthly light-duty vehicle production numbers.

Prior to 2000, only two compact SUV models were produced at Canadian assembly plants. Manufacturers have since added a number of new models to the assembly lines, including two models brought into production in 2004.

Total light-duty vehicle production has declined in recent years, as both passenger car and light truck production has slowed. The number of vehicles assembled annually in Canada has dropped from 1999 and 2000 levels and production has remained flat from 2001 to 2003.

Light-duty vehicle production for the first nine months of 2004 was slightly ahead of 2003 for the same period, and Canadian light-duty vehicle manufacturing appears to be on pace for levels of production similar to recent years.

Canadian light-duty vehicle production, 1999 to 2003

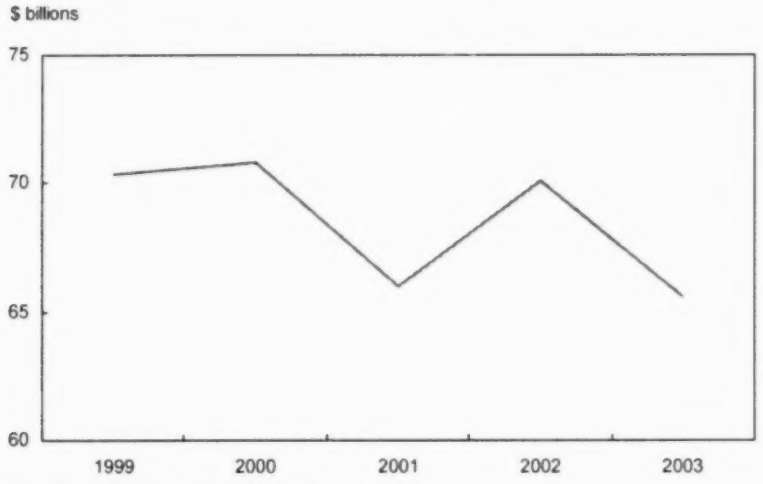


Source: *DesRosiers Automotive Consultants, 2004,* DesRosiers Automotive Yearbook 2004, *Edition Richmond Hill: Dennis DesRosiers.*

The value of shipments by light-duty vehicle manufacturers in Canada has declined since 2000 when shipments peaked at $70.8 billion. They also topped the $70 billion mark in 1999 and 2002.

In 2003, shipments dropped to $65.6 billion, down 6.8% from 1999. Through the first nine months of 2004, shipments were 3.3% higher than the same period in 2003.

Canadian light-duty vehicle manufacturing shipments, 1999 to 2003



Source: *Statistics Canada, CANSIM table 304-0014.*

Motor Vehicle Manufacturing a key industry

Motor Vehicle Manufacturing is a key industry for the Canadian economy. In 2002, motor vehicle manufacturing accounted for more than 13% of all sales of manufactured goods in Canada, employed over 47,000 people and paid $3.3 billion in salaries and wages.

Selected indicators, Total, Motor Vehicle and Automobile and Light-Duty Motor Vehicle Manufacturing, Canada and Ontario, 2001 or 2002

	Total Manufacturing	Motor Vehicles	Automobile and Light-Duty Motor Vehicles	Motor Vehicles share
	millions of dollars			%
Canada				
Sales (2002)	550,244	72,766	68,905	13.2
Salaries and wages (2002)	81,372	3,296	2,979	4.1
GDP (2001)	178,585	11,977	.	6.7
Employees (2002, Persons)	1,958,850	47,495	40,874	2.4
Ontario				
Sales (2002)	292,259	69,883	x	23.9
Salaries and wages (2002)	41,588	3,052	x	7.3
GDP (2001)	90,320	11,506	.	12.7
Employees (2002, Persons)	894,255	42,430	x	4.7

. not available for any reference period.
x suppressed to meet the confidentiality requirements of the *Statistics Act*.

Source: Statistics Canada, Cansim tables 301-0003, 379-0023, 379-0025.

The industry also drives significant activity in other related industries, such as the automotive parts industry. The industry's impact is greatest in Ontario, where Motor Vehicle Manufacturing is concentrated. The industry is a vital sector of Ontario's economy. Motor Vehicle Manufacturing employs more than 42,000 people and represents almost 24% of all sales of manufactured goods in Ontario.

According to the input/output model for the Canadian economy, every dollar of output from the motor vehicle industry directly generates 16 cents of gross domestic product (GDP) in Ontario. Including indirect effects, the motor vehicle industry generates 33 cents of GDP for each dollar of output in Ontario.

In terms of impact on employment, one million dollars of additional output from the motor vehicle industry has the effect of generating 2.86 jobs in Ontario, directly and indirectly. With shipments in the $70 billion range annually, the industry's direct and indirect impacts on the Ontario economy are substantial: $23 billion of GDP and more than 200,000 jobs.

The following table provides details on the location of all Canadian light-duty vehicle assembly plants, as well as the SUV models produced.

Location of Canadian assembly plants and SUV models produced in these plants

Company	Location	SUV models	SUV segment
Toyota	Cambridge	Lexus RX330	luxury
Honda	Alliston	Acura MDX	luxury
		Honda Pilot	intermediate
CAMI	Ingersoll	Chevrolet Equinox	compact
DaimlerChrysler	Windsor	Chyrsler Pacifica	luxury
	Brampton	none	none
Ford	Oakville	none	none
	St. Thomas	none	none
General Motors	Oshawa	none	none
Source: DesRosiers Automotive Reports, 2004.			

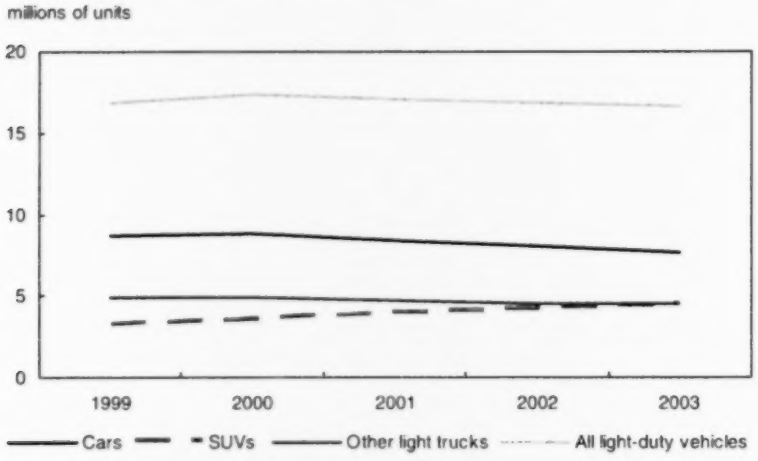
SUVs gaining in popularity

The popularity of SUVs has grown steadily in recent years, particularly in the United States. Sport utility vehicles outsold all other light trucks combined in the United States last year. A little more than half of light trucks sold in this market (50.2%) were SUVs.

More than one in every four (27%) vehicles sold in the United States in 2003 was a SUV, up substantially from the market share of 19% in 1999. During 2003, 4.5 million SUVs were sold in the United States.

With the United States being the dominant market in North America—87% of all light-duty vehicle sales in North America occurred there in 2003—consumer preferences south of the border have a significant impact on auto manufacturing in Canada.

US light-duty vehicle sales, 1999 to 2003



Source: *DesRosiers Automotive Consultants, 2004,* DesRosiers Automotive Yearbook 2004, *Edition Richmond Hill: Dennis DesRosiers.*

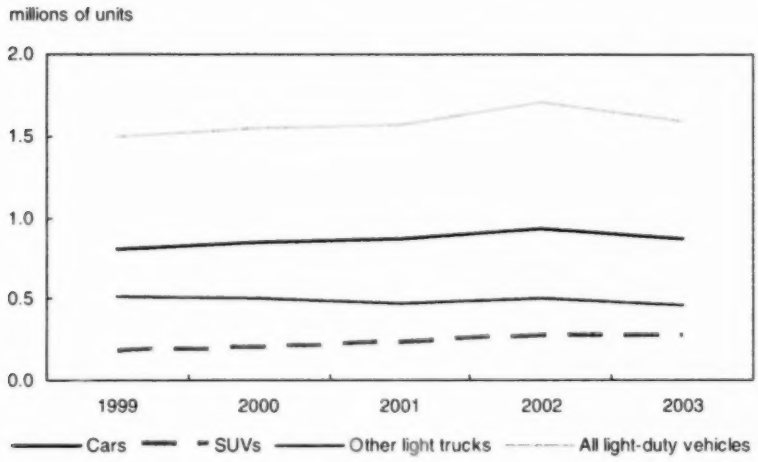
In comparison, the Canadian market share for SUVs has also grown, but remains a smaller segment in a much smaller market than in the United States. Sport utility vehicles made up 17% of light-duty vehicle sales in Canada in 2003, up from 12% in 1999. In 2003, about 272,000 SUVs were sold in Canada.

Crude oil prices began to increase in late 2002 and have continued to rise in 2004.[2] Despite rising fuel costs and the SUV's reputation for being gas guzzlers, sales of SUVs grew to reach all-time highs in Canada and the United States in 2003.

Sales remain strong in the United States as light truck sales—about half of which are SUVs—increased 4.3% in the period between January and September 2004 compared with the same nine-month period in 2003. In Canada, SUV sales have declined 7.3% relative to the same period last year, as overall Canadian automotive sales have fallen in 2004.

2. See Radu Chiru, 2004, "The Soaring Loonie and Prices: Lower Inflation for Consumers?", *Analysis in Brief,* Statistics Canada Catalogue no. 11-621-MIE2004014.

Canadian light-duty vehicle sales, 1999 to 2003



Source: *DesRosiers Automotive Consultants, 2004,* DesRosiers Automotive Yearbook 2004, *Edition Richmond Hill: Dennis DesRosiers.*

Several factors have likely contributed to the popularity of SUVs. These include:

Sport utility vehicles are perceived to offer a broad range of capabilities: performance, power, cargo room, functionality, better sightlines, safety and luxury. As a result, SUVs appeal to a wide spectrum of drivers.

Image is also very important to some drivers when choosing a vehicle. Whether the image is sporty, big or luxury, light-duty vehicle manufacturers make SUVs that can fit the bill.

Several SUV models are now built on car platforms and handle more like cars than vans or trucks. Combining a car-like drive and styling, along with van or truck-like cargo capacity makes SUVs an attractive alternative for some consumers. Since many drivers do not use SUVs for off-road driving, vehicle offerings in this segment have evolved from the more rugged early models. Sport utility vehicles now meet the needs of numerous former car, truck and minivan drivers, but in a different package.

In addition, another possible key factor in the growing demand for SUVs is growth in disposable income in both Canada and the United States. Between 1999 and 2003, per capita personal disposable income increased 15% in Canada and 17% in the United States.[3] This means consumers may have more money to spend on expensive vehicles such as SUVs. Recently, automotive companies have also offered increased retail incentives, helping to boost demand. The largest increase in incentives has been for the larger models.[4]

---

3. Sources: Statistics Canada, CANSIM tables 384-0012 and 051-0001, accessed on January 25, 2005 and Bureau of Economic Analysis, National Income and Product Accounts Table, Table 2.1 Personal Income and Its Disposition www.bea.doc.gov/bea/dn/nipaweb/TableView.asp?SelectedTable=58&FirstYear=2002&LastYear=2004&Freq=Qtr, accessed on December 22, 2004.

4. Edmunds.com, 2004, *True Cost of Incentives: SUV Incentives Soar as Market Share Shifts to More Fuel-Efficient Vehicles*, June 10, www.edmunds.com/help/about/press/102223/article.html, accessed on November 19, 2004.

N° 11-621-MIF au catalogue — N° 020
ISSN: 1707-0511
ISBN: 0-662-79136-3

Document analytique

Analyse en bref

Véhicules utilitaires sport : moteur de changement

par Erik Magnusson

Division de la fabrication, de la construction et de l'énergie
Immeuble Jean-Talon, 11e étage, Ottawa, K1A 0T6

Téléphone: 1 800 263-1136

Toutes les opinions émises par l'auteur de ce document ne reflètent pas nécessairement celles de Statistique Canada.

Statistique Canada Statistics Canada

Canada

Véhicules utilitaires sport : moteur de changement

Erik Magnusson

Comité de revue : Marcelle Dion, John Flanders, Russell Kowaluk et Daniela Ravindra

Contribution spéciale : Ziad Ghanem

Rédacteur en chef : Yvan Gervais

Publication : Debi Soucy

Février 2005

N° 11-621-MIF2005020 au catalogue
ISBN : 0-662-79136-3
ISSN : 1707-0511
Fréquence : irrégulière

Pour obtenir de plus amples renseignements :
Service national de renseignements : 1 800 263-1136
Demandes par courriel : analysisinbrief-analyseenbref@statcan.ca

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2005

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa (Ontario), Canada K1A 0T6.

Véhicules utilitaires sport : moteur de changement

Erik Magnusson
Division de la fabrication, de la construction et de l'énergie

Résumé

Les conducteurs semblent les adorer, les fabricants répondent à la demande et leur nombre ne cesse de croître sur nos routes. Il s'agit des véhicules utilitaires sport (VUS) qui sont fabriqués de plus en plus au Canada.

En fait, depuis 1999, la production de VUS au Canada a augmenté de façon spectaculaire tandis que le secteur de l'automobile dans son ensemble a connu une période de stagnation. Au cours de 2004, la production de VUS a dépassé celle de mini-fourgonnettes et de camionnettes au Canada.

De janvier à septembre 2004, au Canada, les VUS représentaient 18 % de la fabrication de véhicules automobiles légers qui comprend l'assemblage des voitures particulières, des fourgonnettes, des mini-fourgonnettes, des camionnettes et des VUS. Cette proportion était neuf fois celle de 2 % seulement enregistrée à peine cinq ans plus tôt.

Durant les neuf premiers mois de 2004, les fabricants d'automobiles ont produit 350 000 VUS, dépassant le nombre total de 331 634 VUS produits pour l'ensemble de 2003.

De toute évidence, le secteur de l'automobile au Canada tire parti de l'un des segments du marché les plus importants et à la croissance la plus rapide en Amérique du Nord. Le pays retire également des avantages économiques, le secteur des véhicules automobiles ayant représenté près de 13 % de toutes les ventes de produits manufacturés en 2002. Les fabricants de véhicules automobiles de l'Ontario à eux seuls employaient plus de 42 000 travailleurs en 2002, soit 4,7 % de l'emploi dans le secteur de la fabrication de la province.

Malgré les prix records du pétrole brut atteints dernièrement et dont la hausse s'est amorcée vers la fin de 2002, les consommateurs nord-américains ont affiché une forte demande pour les VUS qui sont généralement plus énergivores que les voitures particulières. En 2003, les ventes ont atteint des niveaux jusque-là inégalés au Canada et aux États-Unis.

En 2003, les consommateurs états-uniens ont acheté pour 4,5 millions de VUS, soit un VUS sur quatre véhicules vendus. Ce marché a augmenté en moyenne de 8,9 % par an depuis 1999 quand les VUS représentaient 19 % du marché des véhicules automobiles légers.

Le marché canadien des VUS a également pris de l'expansion, mais les ventes demeurent relativement inférieures à celles aux États-Unis. En 2003, les concessionnaires ont vendu 272 000 VUS au Canada, ce qui représentait 17 % de toutes les ventes de véhicules automobiles légers au Canada pour l'année et une augmentation par rapport à la proportion de 12 % observée en 1999. Les ventes ont enregistré une hausse annuelle moyenne de 10,7 % au cours de cette période.

Cette croissance s'est poursuivie malgré des avertissements de groupes environnementalistes qui signalent que les véhicules utilitaires sport consomment plus d'essence et polluent davantage que les automobiles.

Bien que le prix de l'essence a continué d'augmenter, les ventes sont demeurées fortes aux États-Unis en 2004. Durant les neuf premiers mois de l'année, les ventes de camions légers ont bondi de 4,3 % aux États-Unis comparativement à la même période en 2003. Un peu plus de la moitié des camions légers vendus sur ce marché sont des VUS. Au Canada, toutefois, les ventes de VUS ont baissé de 7,3 % pendant que l'ensemble des ventes dans le secteur de l'automobile s'effondraient.

La présente étude porte sur les tendances en matière de production et de ventes dans le secteur de la fabrication de voitures et de véhicules automobiles légers au Canada et aux États-Unis de 1999 à 2004. Elle porte plus particulièrement sur la production et les ventes de véhicules utilitaires sport.

Définitions

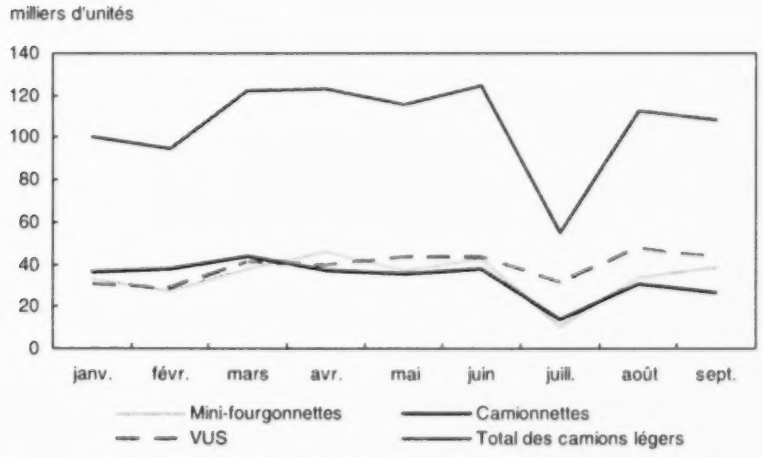
Fabrication de véhicules automobiles (SCIAN 3361), comprend la fabrication de voitures et de véhicules automobiles légers (SCIAN 33611) et la fabrication de camions lourds (SCIAN 33612).

Fabrication de véhicules automobiles légers — Fabrication de voitures et de véhicules automobiles légers (SCIAN 3611) — comprend les établissements dont l'activité principale est la fabrication de voitures particulières et de camions légers. Les camions légers comprennent les fourgonnettes, les mini-fourgonnettes, les camionnettes et les véhicules utilitaires sport.

Les VUS distancent les mini-fourgonnettes et les camionnettes

À compter de mai 2004, les VUS ont dépassé les mini-fourgonnettes et les camionnettes, devenant le plus important segment de la production de camions légers. Les véhicules utilitaires sport représentent maintenant une part beaucoup plus grande de la production de véhicules automobiles légers au Canada. En 2004, les VUS représentaient près de 18 % de toute cette production, comparativement à juste au-dessus de 2 % en 1999.

Production de camions légers au Canada selon le segment, janvier à septembre 2004



Source : *DesRosiers Automotive Consultants, 2004,* DesRosiers Automotive Reports, *vol. 18, nos 1-20, Édition Richmond Hill: Dennis DesRosiers.*

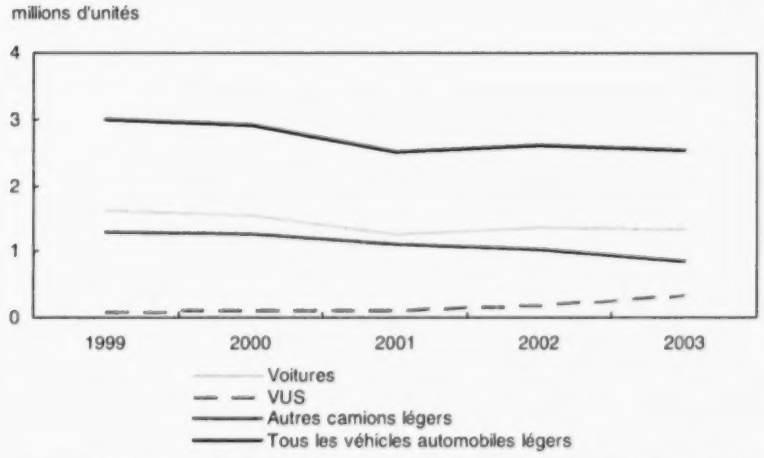
Il s'est assemblé 66 000 VUS en 1999. Cette production a bondi pour passer à plus de 350 000 VUS durant les neuf premiers mois de 2004[1]. La production de VUS de janvier à septembre a déjà dépassé, et de loin, les totaux de fin d'année de 2003 (331 634), de sorte que 2004 sera une année record pour la production de VUS.

Avant 2000, seulement deux modèles de VUS compacts étaient produits dans les usines de montage canadiennes. Les fabricants ont ajouté depuis un certain nombre de nouveaux modèles, dont deux ont été mis sur le marché en 2004.

La production totale de véhicules automobiles légers a baissé au cours des dernières années en raison du ralentissement de la production de voitures particulières et de camions légers. Le nombre de véhicules assemblés annuellement au Canada a baissé par rapport aux niveaux atteints en 1999 et 2000 et la production est demeurée stagnante de 2001 à 2003.

La production de véhicules automobiles légers pour les neuf premiers mois de 2004 était légèrement en avance sur celle de la même période en 2003 et l'industrie des véhicules automobiles légers au Canada semble être bien partie pour atteindre des niveaux de production semblables à ceux des dernières années.

Production de véhicules automobiles légers au Canada, 1999 à 2003



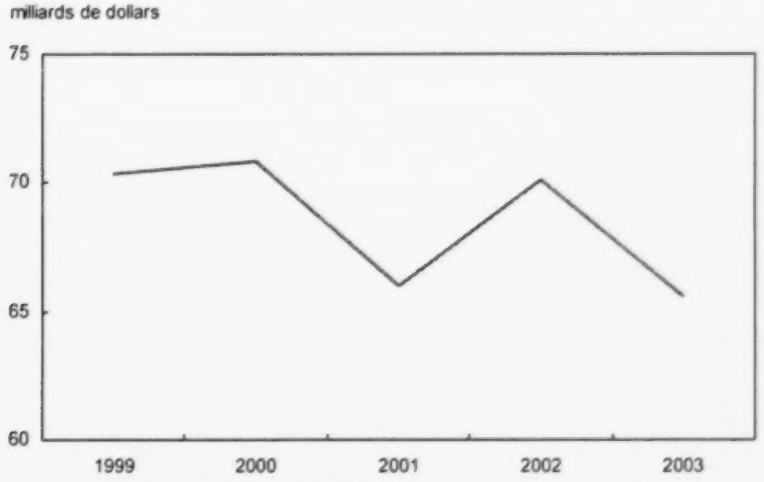
Source : *DesRosiers Automotive Consultants, 2004,* DesRosiers Automotive Yearbook 2004, *Édition Richmond Hill: Dennis DesRosiers.*

La valeur des livraisons des fabricants de véhicules automobiles légers au Canada a baissé depuis le sommet de 2000 qui s'établissait à 70,8 milliards de dollars. Elles ont aussi dépassé le cap des 70 milliards de dollars en 1999 et en 2002.

1. Les totaux depuis le début de l'année pour 2004 peuvent être révisés par DesRosiers Automotive Reports. Les chiffres présentés ici correspondent à la somme des chiffres mensuels de production de véhicules utilitaires légers.

En 2003, les expéditions ont diminué à 65,6 milliards de dollars, en baisse de 6,8 % par rapport à 1999. Pour les neuf premiers mois de 2004, les expéditions étaient de 3,3 % plus élevées que durant la même période en 2003.

Livraisons des fabricants de véhicules automobiles légers au Canada, 1999 à 2003



Source : *Statistique Canada, tableau CANSIM 304-0014.*

La fabrication de véhicules automobiles est un secteur clé

La fabrication de véhicules automobiles est un secteur clé pour l'économie canadienne. En 2002, le secteur de la fabrication de véhicules automobiles représentait plus de 13 % de toutes les ventes de produits manufacturés, employait plus de 47 000 personnes et a versé 3,3 milliards de dollars en traitements et salaires.

Le secteur est également le moteur d'une activité considérable dans d'autres secteurs connexes, comme celui des pièces pour véhicules automobiles. L'effet du secteur de l'automobile est le plus marqué en Ontario où les installations y sont concentrées. Il s'agit d'un secteur d'importance capitale pour l'économie de l'Ontario. La fabrication de véhicules automobiles emploie plus de 42 000 personnes et représente près de 24 % de toutes les ventes de produits manufacturés en Ontario.

Selon le modèle d'entrées-sorties pour l'économie canadienne, chaque dollar de production du secteur de l'automobile génère directement 16 cents de produit intérieur brut (PIB) en Ontario. Lorsque les effets indirects sont inclus, l'industrie de l'automobile génère 33 cents de PIB pour chaque dollar de production en Ontario.

Pour ce qui est de l'impact sur l'emploi, un million de dollars de production supplémentaire du secteur de l'automobile a pour effet de créer 2,86 emplois en Ontario, directement et indirectement. Étant donné les livraisons d'environ 70 milliards de dollars par an, le secteur a un effet marqué sur l'économie ontarienne, représentant 23 milliards du PIB et plus de 200 000 emplois.

Certains indicateurs, total du secteur de la fabrication, fabrication de véhicules automobiles, de voitures et de véhicules automobiles légers, Canada et Ontario, 2001 ou 2002

	Secteur de la fabrication	Véhicules automobiles	Voitures et véhicules automobiles légers	Part des véhicules automobiles
	en millions de dollars			%
Canada				
Ventes (2002)	550 244	72 766	68 905	13,2
Traitements et salaires (2002)	81 372	3 296	2 979	4,1
PIB (2001)	178 585	11 977	.	6,7
Employés (2002, personnes)	1 958 850	47 495	40 874	2,4
Ontario				
Ventes (2002)	292 259	69 883	x	23,9
Traitements et salaires (2002)	41 588	3 052	x	7,3
PIB (2001)	90 320	11 506	.	12,7
Employés (2002, personnes)	894 255	42 430	x	4,7

. indisponible pour toute période de référence.
x confidentiel en vertu des dispositions de la *Loi sur la statistique*.

Source : Statistique Canada, tableaux CANSIM 301-0003, 379-0023, 379-0025.

Le tableau ci-dessous donne des détails sur l'emplacement de toutes les usines d'assemblage de véhicules automobiles légers au Canada, ainsi que les modèles de VUS produits.

Emplacement des usines d'assemblage au Canada et modèles de VUS produits dans ces usines

Entreprise	Emplacement	Modèles de VUS	Segment VUS
Toyota	Cambridge	Lexus RX330	Modèles de luxe
Honda	Alliston	Acura MDX	Modèles de luxe
		Honda Pilot	Modèles intermédiaires
CAMI	Ingersoll	Chevrolet Equinox	Modèles compacts
DaimlerChrysler	Windsor	Chyrsler Pacifica	Modèles de luxe
	Brampton	Aucun	Aucun
Ford	Oakville	Aucun	Aucun
	St. Thomas	Aucun	Aucun
General Motors	Oshawa	Aucun	Aucun

Source : DesRosiers Automotive Reports, 2004.

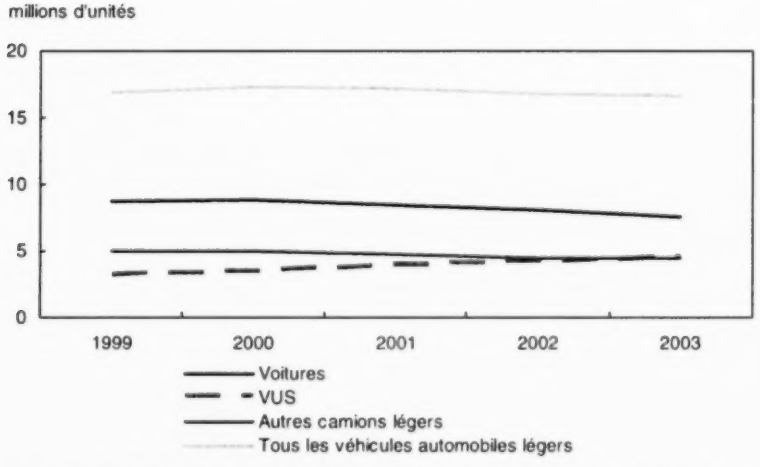
Popularité croissante des VUS

La popularité des VUS s'est accrue sans cesse au cours des dernières années, particulièrement aux États-Unis. L'année dernière, les ventes de véhicules utilitaires sport étaient supérieures à celles de l'ensemble des autres camions légers aux États-Unis. Un peu plus de la moitié des camions légers vendus dans ce marché (50,2 %) était des VUS.

Plus d'un véhicule sur quatre (27 %) vendus aux États-Unis en 2004 était un VUS, ce qui représente une augmentation sensible de la part de marché des VUS qui s'établissait à 19 % en 1999. Durant 2003, 4,5 millions de VUS ont été vendus aux États-Unis.

Étant donné que les États-Unis sont le principal marché en Amérique du Nord, représentant 87 % de toutes les ventes de véhicules automobiles légers en Amérique du Nord en 2003, les préférences des consommateurs au sud de la frontière ont eu une incidence considérable sur la fabrication de véhicules automobiles au Canada.

Ventes de véhicules automobiles légers aux États-Unis, 1999 à 2003



Source : *DesRosiers Automotive Consultants, 2004,* DesRosiers Automotive Yearbook 2004, *Édition Richmond Hill: Dennis DesRosiers.*

En comparaison, la part du marché canadien des VUS a également augmenté mais elle demeure un segment plus petit dans un marché beaucoup plus restreint que celui des États-Unis. Les véhicules utilitaires sport représentaient 17 % de toutes les ventes de véhicules automobiles légers au Canada en 2003, en hausse par rapport à la proportion de 12 % enregistrée en 1999. En 2003, environ 272 000 VUS ont été vendus au Canada.

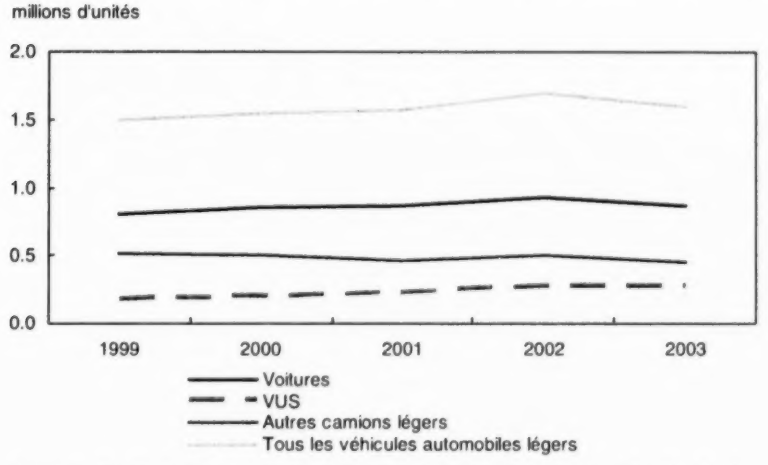
Les prix du pétrole brut ont commencé à augmenter vers la fin de 2002 et ont poursuivi leur montée en 2004[2]. Malgré l'augmentation des coûts du carburant et la réputation de véhicule énergivore des

2. Voir Radu Chiru, 2004, « La monté du dollar et les prix : une baisse de l'inflation pour le consommateur? », *Analyse en bref*, produit n° 11-621-MIF2004014 au catalogue de Statistique Canada.

VUS, les ventes de ce véhicule ont continué de croître pour atteindre des niveaux record au Canada et aux États-Unis en 2003.

Aux États-Unis, les ventes se sont maintenues à un niveau élevé, les ventes de camions légers — dont environ la moitié sont des VUS — progressant de 4,3 % dans la période de janvier à septembre 2004 comparativement à la même période de neuf mois en 2003. Au Canada, les ventes de VUS ont baissé de 7,3 % comparativement à la même période l'année précédente, l'ensemble des ventes du secteur de l'automobile au Canada enregistrant une forte baisse en 2004.

Ventes de véhicules automobiles légers au Canada, 1999 à 2003



Source : *DesRosiers Automotive Consultants, 2004,* DesRosiers Automotive Yearbook 2004, *Édition Richmond Hill: Dennis DesRosiers.*

Plusieurs facteurs ont probablement contribué à la popularité des VUS, dont les suivants :

Les véhicules utilitaires sport sont perçus comme offrant une vaste gamme de caractéristiques : performance, puissance, beaucoup d'espace, fonctionnalité, meilleur champ de vision, sécurité et luxe. Par conséquent, un large éventail de conducteurs sont attirés par les VUS.

Le style est également très important pour certains conducteurs dans le choix d'un véhicule. Que les consommateurs cherchent un véhicule de style sportif, gros ou luxueux, les fabricants de véhicules automobiles légers offrent des VUS qui répondent à leurs désirs.

Plusieurs modèles de VUS sont maintenant construits sur des plates-formes de voiture et ont une conduite qui ressemble davantage à celle d'une voiture que d'une fourgonnette ou d'un camion. Alliant la conduite et le style d'une automobile à l'espace de chargement d'une fourgonnette ou d'un camion, les VUS sont une solution de rechange attrayante pour certains consommateurs. Comme de nombreux conducteurs n'utilisent pas les VUS pour la conduite hors-route, les véhicules offerts dans ce segment ont évolué par rapport aux premiers modèles plus strictement utilitaires. Les véhicules utilitaires sport répondent maintenant aux besoins de nombreux anciens conducteurs d'automobiles, de camions et de fourgonnettes, mais sous un emballage différent.

En outre, l'un des facteurs clés possibles dans la demande croissante de VUS est la croissance du revenu disponible tant au Canada qu'aux États-Unis. Entre 1999 et 2003, le revenu disponible par habitant a augmenté de 15 % au Canada et de 17 % aux États-Unis[3]. Ainsi, les consommateurs peuvent avoir plus d'argent à dépenser pour des véhicules coûteux comme les VUS. Récemment, les fabricants d'automobiles ont également offert de plus importants programmes promotionnels de vente au détail, ce qui a aidé à stimuler la demande. Les incitatifs les plus importants ont été offerts pour les plus gros modèles[4].

3. Sources : Statistique Canada, tableaux CANSIM 384-0012 et 051-0001, consulté le 25 janvier 2005 et Bureau of Economic Analysis, National Income and Product Accounts Table, Table 2.1 Personal Income and Its Disposition www.bea.doc.gov/bea/dn/nipaweb/TableView.asp?SelectedTable=58&FirstYear=2002&LastYear=2004&Freq=Qtr, consulté le 22 décembre 2004.

4. Edmunds.com, 2004. *True Cost of Incentives: SUV Incentives Soar as Market Share Shifts to More Fuel-Efficient Vehicles*, 10 juin, www.edmunds.com/help/about/press/102223/article.html, consulté le 19 novembre 2004.